

Influencerböcker som arbetarlitteratur?

– Arbete och ideologi i en samtida genre

Gustav Borsgård

Under de senaste åren har drömmen om att försörja sig som influencer – det vill säga att bli en nätpersonlighet med följarskara på sociala medier – blivit allt vanligare bland barn och unga (Bäckman 2020; Törner 2018). Varför det har blivit så är inte särskilt svårt att förstå. Som influencer har man teoretiskt sett en möjlighet att göra karriär av det nischade område som man själv intresserar sig för och kan uppnå kändisstatus inom en mer eller mindre begränsad krets. Tillvaron som influencer erbjuder möjligheten att slippa såväl arbetslöshet och lönearbete som fleråriga högskolestudier med tillhörande lån. Dessutom är tröskeln till att försöka slå igenom som influencer relativt låg eftersom en rad sociala medier kan fungera som kostnadsfria plattformar för att sprida digitalt innehåll. Har man talang och tur kan detta så småningom rendera reklamintäkter, gratisprodukter, merchandise och bokkontrakt.

Marknaden för det sistnämnda, det vill säga böcker skrivna av influencers, är något som har vuxit explosionsartat i Sverige under de senaste åren (se exempelvis Berntsson 2016; Nilsson 2016; Lundell 2017; Löwengrip 2017; Karlsson 2018; Lundell 2018; Dietz 2019; Warg 2019; Hallström 2021). Genremässigt innebär dessa böcker vanligen en blandning mellan självbiografi och självhjälpsbok, där huvudpersonen med humor och självironi delar med sig av sina triumfer och bakslag. Relativt vanligt är också att skildra framgångens baksidor i form av psykisk ohälsa, nätmobbing eller utbrändhet – svårigheter som huvudpersonen får under kontroll genom yrkesframgångar, terapi eller positivt tänkande. Med andra ord drivs

böckerna ofta framåt dramaturgiskt av ett strukturellt problem, som övervinns med individualiserade verktyg (Borsgård 2019).

Därutöver handlar böckerna en hel del om arbete, om hur det är att vara en ung entreprenör, fast besluten om att undkomma lönearbetets monoton. På så vis röjer böckerna såväl samtida arbetsvillkor som den typ av ideologi som får influencertillvaron att framstå som ett lockande alternativ till dessa villkor. Böckerna kan dels ge en bild av det själsdödande lönearbetet före den frigörande influencertillvaron (Lindgren 2016; Forni 2016), dels ge en bild av det arbete som influencertillvaron i sig innebär i form av arbetsbelastning och socialt nätverkande (Redgert 2017; Bico 2018). Mot denna bakgrund är jag i denna text intresserad av att undersöka hur arbete skildras och hur ideologi kommer till uttryck i influencerböcker. Vad synliggörs om man provar att läsa böckerna som arbetarlitteratur?

Jag har i denna text valt att fokusera på fyra böcker, hälften skrivna av män och hälften av kvinnor, nämligen Daniel Redgerts *Vem fan är han??* (2017), Mirza Bicos *Hej, jag heter Mirza och jag är influencer (men du kanske känner mig som @ellentvshow)* (2018), Therése Lindgrens *Ibland mår jag inte så bra* (2016) och Michaela Fornis *Jag är inte perfekt, tyvärr* (2016). Tematiskt delar jag upp böckerna som framgångssagor (Redgert 2017; Bico 2018) respektive undergångsskildringar (Lindgren 2016; Forni 2016), även om de nämnda undergångsskildringarna i slutändan också blir ett slags framgångssagor i och med att huvudpersonerna lär sig att dra nytta av sina motgångar. I min läsning av böckerna kallar jag huvudpersonerna vid förnamn, men det tål att understrykas att det jag uttalar mig om inte är de biografiska författarna, utan om ”Daniel” eller ”Therése” såsom de framträder i texterna. Avrundningsvis diskuterar jag huruvida det är möjligt eller produktivt att läsa influencerböcker som en samtida form av arbetarlitteratur.

Framgångssagan

De två böcker som jag inledningsvis diskuterar, Redgerts *Vem fan är han??* och Bicos *Hej, jag heter Mirza och jag är influencer (men du kanske känner mig som @ellentvshow)*, kan karaktäriseras som framgångssagor i så måtto att de tecknar en övervägande positiv bild av tillvaron som influencer. Även om böckerna medger att influencerns väg mot framgång är både krokig och mödosam, så framställs den som

ett rimligt och förnuftigt sätt att söka ekonomisk och personlig frigörelse – åtminstone för den som är beredd att lägga ned en hel del arbete.

Vem fan är han?? handlar om Daniel, en ung man från Örebro, och hans envisa försök att slå sig fram i Stockholms medievärld. Här återfinns skildringar av hur Daniel trängs med andra lycksökare med osäkra anställningar i andrahandslägenheter i Stockholms förorter, liksom rikliga skildringar av just arbete, från Daniels första jobb på en snabbmatsrestaurang till hans senare praktikplatser på diverse reklamkontor. Eftersom Daniels praktikplatser är lågavlönade är han därtill tvungen att kombinera arbetet med att jobba kvällar och helger på nattklubb. Skildringarna av slitgöret på snabbmatsrestaurangen framstår inte som väsensskild från skildringarna av slitgöret på reklamkontoren – båda framställs som medel för att nå ett högre mål, som i det här fallet innebär att bli en kraft att räkna med i Stockholms medie- och kändisvärld. Daniel noterar och värdesätter varje litet steg han lyckas göra för att ta sig uppåt i den stockholmska hierarkin. Boken präglas av ett målinriktat kalkylerande av handlingsalternativ, liksom ett uppmärksamt kartläggande av sociala relationer:

Efter noggrann kartläggning stod det klar att det var PR de flesta av Petra Tungårdens kompisar jobbade med när de inte bloggade. Efter att ha gått tillbaka i bloggarkiven insåg jag att de var personerna som låg bakom evenen, pressresorna och gratiskläderna det alltid skrevs om. Frenetiskt började jag gå igenom alla Stockholms PR-personers instagramkonton och deras liv var inte heller så pjåkiga. De verkade äga sina egna lägenheter, åt lunch på stan med kunder och hängde med sina bloggande bästisar. Jag gick in på Hemnet för att se hur mycket de hade köpt sina lägenheter för, och sedan kollade jag på Nordeas hemsida och gjorde en kalkyl för vad räntan på deras lån låg på och på så sätt räknade jag ut ungefär hur mycket en PR-konsult tjänade: cirka 28 000 kronor i månaden. Varje natt från och med då drömde jag om alla saker jag skulle kunna göra ifall jag tjänade 28 000 kronor i månaden (Redgert 2017: 102)

Daniels beräknande blick på omvärlden ger onekligen ett cyniskt intryck, men i *Vem fan är han??* är denna typ av cynism inget beklagansvärt karaktärsdrag, utan ett eftersträvansvärt och nödvändigt ideal. Eftersom medieprofilen Alex Schulman boken igenom lyfts fram som en förebild är det också rimligt att tänka sig att den cynism som genomsyrar boken avsiktligt syftar till att åstadkomma ett slags ”chockverkan”, i stil med Schulmans uppmärksammade blogg under det sena 00-talet (Kalmtegg & Hernadi 2007). *Vem fan är han??* är i hög grad tänkt att fungera som en illusionsfri självhjälpsbok för den som vill lyckas i Stockholm och erbjuder

därför läsaren explicita råd om att inte ha några inre moraliska konflikter, att använda alkohol som en social dörröppnare och att ställa sig in rätt hos rätt personer. Genom karriärmässiga avvägningar går det också upp för Daniel att hans homosexuella läggning, som han under unga år skämts så mycket för, kan fungera som en valuta i den kändisvärld han ger sig in i. Med Crystal Abidin kan man hävda att boken på så vis tecknar en förtjänstfull bild av så kallat *visibility labour*, det vill säga arbete i form av självframställning, utfört för att framstå som lyckad och framgångsrik för rätt personer och därigenom stärka sitt kontaktnät (Abidin 2016). Denna blick på andra människor gör uppenbarligen de sociala relationerna förtingligade: ”Jag samlade på mig personer, på samma sätt som jag samlat Pokémonkort några år tidigare” (Redgert 2017: 51).

Men trots att boken inte bara är öppen med, utan snarast koketterar med cynisk individualism och kallhamrad nyliberal entreprenöranda, så innehåller den ett tämligen känsligt öga för klass. Daniel spanar ständigt efter klassmarkörer, ryser inför människor med så kallad ”offentlig sektor-frisyr” och lägger märke till företeelser som fiskbensparkett, Filippa K-kläder och att löjromspizzan på Brillo kostar 316 kronor (Redgert 2017: 18). Med vämjelse minns Daniel området som mamman till en av hans barndomskamrater bodde i:

Bilarna som stod på parkeringarna runt skola och högskola var små och lackade i starka färger under en tid då de flesta nyproducerade bilar gick i silver eller mörkare färger som svart eller mörkblått [...] Den stora, bruna hörnsoffan i skinn är anledningen till att jag än idag inte klarar av att sitta i vare sig hörn- eller skinnsoffor. Lägenheten luktade rök och var full av plastväxter. Hon hade också en sådan där praktisk plastduk på köksbordet som var lätt att torka av om hon råkade aska på den (Redgert 2017: 21 ff.).

Daniels minnesbild dryper av klassförakt, vilket förstås är möjligt att tolka som ett utslag av omedveten rädsla för att själv hamna i en liknande situation. Daniel lägger inte ut texten kring sin egen klassbakgrund och det nämns endast i förbifarten att fadern tidigare arbetat som fotograf, men att han omskolade sig till ingenjör för att ”satsa på något som skulle ge oss barn en bättre ekonomisk framtid” (Redgert 2017: 22). Daniel tillhör således inte det samhällsskikt som likt barndomskamratens mamma behöver gå på socialbidrag, men inte heller det skikt som med lätthet kan ”få” en bostad av sina föräldrar. Vilken av dessa grupper som Daniel sympatiserar med står dock fullständigt klart. I *Vem fan är han??* handlar vägen till framgång i hög grad om ett medvetet arbete med självframställning för att hamna i sammanhang

som utstrålar framgång, vilket är något som upptar Daniel redan under de tidiga tonåren då han förgäves drömmer om att komma in på rätt ”snobbskola” (Redgert 2017: 17–20). Även om tonårens drömmar om snobbskolan går om intet är *Vem fan är han??* i slutändan en framgångssaga. I det sista kapitlet visar det sig att Daniels slit har lönat sig och han blir omhändertagen av Schulman-familjen, som har fungerat som ett slags hägring boken igenom.

Mirza Bicos *Hej, jag heter Mirza och jag är influencer (men du kanske känner mig som @ellentvshow)* handlar i sin tur om huvudpersonen Mirzas arbete med humorkontot @ellentvshow på plattformen Instagram. Mirza föddes i Ronneby som son till föräldrar som flydde från Jugoslavien under Bosnienkriget och som, enligt Mirzas berättelse, snart fann sig till rätta i det svenska samhället: ”Kulturskillnaderna är trots allt inte så stora. Och både min mamma och pappa fick ganska snabbt jobb på ett företag i en liten by som heter Lamnhult” (Bico 2018: 8). Tonmässigt präglas boken av lättsamhet och gott humör, samtidigt som den ger en förhållandevis icke-romantiserad bild av vad det faktiskt innebär att leva på reklamintäkter från ett sociala medier-konto. Det framgår att Mirza lägger 10–12 timmar varje dag om året för att leta innehåll till och uppdatera sitt instagrampkonto, men även den tid som inte specifikt ägnas åt kontot färgas av detta arbete:

Jag följer väldigt många amerikanska serier, allt från Grey’s Anatomy till Game of Thrones, och det är faktiskt inte bara för att jag vill ha nåt kul att titta på då och då. Eftersom serierna har så många tittare och därmed ofta är trendsättande på sociala medier, blir det liksom en del av mitt jobb. Jag måste hålla koll och vara snabb på att snappa upp aktuella saker. Det finns liksom alltid någon scen i en serie som jag kan skapa ett meme utifrån (Bico 2018: 13).

För Mirza innebär tillvaron som influencer att arbete och fritid i hög grad tenderar att flyta ihop. Å ena sida är detta kanske både följdriktigt och eftersträvansvärt – en av dragningskrafterna med att bli en influencer är, som jag nämnde inledningsvis, att det gör det möjligt att skapa en lönsam karriär av det egna fritidsintresset. Å andra sidan infriar det Theodor Adornos och Max Horkheimers profetia om att rekreationen i det moderna samhället kommer att likna arbetet i allt högre grad eftersom båda underställs samma ekonomiska maskineri (Adorno & Horkheimer 1944/2012: 144). Eller som Taylor Brydges och Jenny Sjöholm uttrycker det angående arbetsvillkoren för en offentlig nätpersonlighet:

While a blogger may describe cutting back on work at times, they appear to still always be working in some way; a fact that is reflective of the precariousness, commodification and accessibility of this type of work. Therefore, while this type of digital labor may appear to offer flexibility and freedom, work is also highly individualized and omnipresent (Brydges & Sjöholm 2019: 129)

Som Brydges och Sjöholm nämner finns det en särskild form av otrygghet ("precariousness") som är förenad med denna typ av arbete, som i Mirzas fall blir tydlig genom att han ständigt måste bevaka humorkontots besöksstatistik för att se vad som "fungerar" och inte. En intressant aspekt av Mirzas historia är att namnet på hans konto, @ellentvshow, kommer sig av att han till en början postade memes från den amerikanska komikern Ellen DeGeneres teveprogram, men med tiden omvandlade det hela till ett mer allmänt humorkonto. Mirza beskriver hur han vid ett tillfälle provade att ändra namn till @mirzatvshow, men kvickt fick ändra tillbaka eftersom han började tappa följare i en rasande fart. Trots att Mirzas försök att döpa kontot efter sig själv därmed misslyckades, är han noga med att understryka att "oavsett om du vill det eller ej representerar du i alla stunder ditt varumärke" (Bico 2018: 18).

Uttryckt med andra termer ägnar sig Mirza åt det Brooke Erin Duffy och Emily Hund refererar till som en form av *digital brand labour*, som innebär en form av arbete som suddar ut gränser mellan arbete och fritid och som i hög grad påverkas av antalet följare och klick (Duffy & Hund 2015). Som Magdalena Petersson McIntyre beskriver det: "Forces and pressures on individuals to be quick off the mark, sensational, and attractive to corporate sponsors multiply online when every click can be measured, every piece of data mined" (Petersson McIntyre 2019: 58). Att tillvaron som influencer är förenad med en särskild form av otrygghet blir Mirza varse vid det tillfälle då han postar ett skämt som tolkas som misogynt av hans följare och som leder till att han riskerar att bli persona non grata i nätoffentligheten (Bico 2018: 69–74). Mirzas berättelse är dock i slutändan en framgångssaga som mynnar ut i att huvudpersonen startar aktiebolag och börjar föreläsa för ungdomar om hur man lyckas som influencer. Lättsamhet och gott humör präglar som nämnts denna bok, men en kort passage där Mirza problematiserar influencerns individuella frihet sticker ut: "Vi spelar alla spelet på Youtubes, Facebooks, Instagrams, Snapchats och Twitters spelplan. Vi har inte den egentliga makten utan det har de som äger plattformarna" (Bico 2018: 134). Noterbart är att Mirza här inte bara påpekar var den egentligen makten ligger, utan också att han använder pronomen "vi" för att

referera till det maktlösa kollektiv som, med marxistisk terminologi, inte äger produktionsmedlen.

Undergångsskildringen (som framgångssaga)

Jag går nu över till min andra kategori av influencerböcker, som består av Therése Lindgrens *Ibland mår jag inte så bra* och Michaela Fornis *Jag är inte perfekt, tyvärr*. Lindgrens *Ibland mår jag inte så bra* handlar om Theréses resa mot att bli en influencer, som tog fart när hon var sjukskriven från en tjänst som mediasäljare med provisionsbaserad lön. Som dotter till en framgångsrik egenföretagare berättar Therése om hur hon hela sitt liv har varit extremt prestationsinriktad, vilket så småningom resulterade i utbrändhet: ”När dagisfröknarna frågade oss barn vad vi ville bli när vi blev stora var mitt svar ’jag vill köpa saker billigt och sedan sälja dom dyrt, som pappa gör’” (Lindgren 2016: 43). I boken återfinns en inlevelsefull och kroppsnära skildring av hur en ångest- och depressionsproblematik växer fram av att befinna sig långt ner i hierarkin som mediasäljare med osäker anställning:

Nu var det fyra minuter kvar tills samtliga mötesdeltagare skulle sitta samlade runt konferensbordet, stressade och ointresserade. Hur skulle det se ut om jag inte ens fått projektorn att fungera, eller om min ljusblå skjorta fått mörka fläckar av svett? Jag öppnade min presentation men kände inte igen första sidan. Inte andra eller tredje heller. Vad var det jag skulle presentera nu igen? Vilken byrå var jag på? Någoting var allvarligt fel – halsen knöt sig så jag tvingades kippa efter luft, jag mindes inte var jag befann mig, hjärtat rusade och jag kunde inte längre känna mina ben. Händerna skakade och det var nu som ett blinkande stroboskop framför ögonen. Svart en sekund, sedan såg jag, svart en sekund igen, sedan såg jag (Lindgren 2016: 28)

Att den fysiska kroppen har en mycket tydligare framskriven plats i de två senare böckerna jag tar upp, som är skrivna av kvinnor, är möjligen typiskt ur ett genusperspektiv. Om kroppen framstår som relativt osynlig hos Redgert och Bico så är den hos Lindgren någonting som kan gå sönder, och som dessutom kan bli utsatt, vilket visar sig i skildringen av hur Therése blir våldtagen en midsommarnatt (Lindgren 2016: 56–61). Skildringen av våldtäkten är självutlämnande, men som Karolina Dmitrow-Devold påpekar kan också detta sätt att dela med sig av privata erfarenheter och måla upp sitt liv som dysfunktionellt vara en framgångsrik strategi för en influencer (Dmitrow-Devold 2017). Som nätpersonlighet gjorde sig Therése ett namn genom att producera innehåll som handlar om smink och skönhetsvård, vilket Brydges och Sjöholm refererar till som *aesthetic labour*, det vill säga en form av

arbete där kroppen är en vara som ska visas upp och beundras. Utom symbiosen med skönhetsindustrin är detta enligt Brydges och Sjöholm ett arbete som tenderar att dra näring ur det faktum att följarna får möjlighet att glänta på influencerns privatliv: "Aesthetic labour online requires the constant negotiation of individual and bodily dispositions, and the unveiling of private and personal spaces in the name of one's business and professional life" (Brydges & Sjöholm 2019: 133).

Ibland mår jag inte så bra innehåller ett tydligt framskrivet budskap som handlar om att slå av på takten och vara snäll mot sig själv, inte minst som överpresterande kvinna. I slutraderna berättar Therése om att hon i dag har nått en plats där hon känner sig starkare och mer säker på sig själv, vilket innebär att undergångsskildringen trots allt vänds till ett slags framgångssaga (Lindgren 2017: 138). Ideologiskt sett kan budskapet beskrivas som ett uttryck för en individorienterad, liberal feminism, som handlar om att själv ta makten över sitt liv och inte se sig som "ett offer för olyckliga omständigheter, utan [...] att se mina motgångar som utmaningar" (Lindgren 2017: 123). Vidare handlar budskapet mycket om att upprätta en mer inklämmande relation till den egna kroppen. Mot slutet av boken framför Therése ett slags lovsång till den kropp som föll sönder under trycket av all prestationshets:

Min fantastiska kropp, som sprang ut ur våldtäktsmannens lägenhet trots att psyket var i chock [...] Min kropp, som kämpat på trots att jag i perioder inte gett den tillräckligt med mat utan i stället misshandlade den med alkohol och koffein [...] Min fina kropp, som fungerat när allt inuti varit trasigt. Hur har jag mage att nedvärdera den kroppen? (Lindgren 2017: 132)

Om det i Lindgrens bok alltså finns en medvetenhet om arbetets inverkan på kroppen, så är det en mer antagonistisk relation mellan kropp och intellekt som skrivs fram i Michaela Fornis *Jag är inte perfekt, tyvärr*. Fornis bok, som presenterar sig som en "handbok om ångest", handlar om huvudpersonen Michaela som föddes in i "en helt vanlig medelklassfamilj" men som drogs med drömmar om att göra något större av sitt liv (Forni 2016: 9, 21). Liksom för Therése slutar denna prestationsinriktade jakt på framgång med att Michaela drabbas av utbrändhet och även här finns inlevelsefulla skildringar av såväl panikångestattacker som frilansvillkor. Michaela berättar bland annat om hur hon som mediasäljare arbetade 80 timmar i veckan och inte tog ut semester under flera års tid.

Men även om arbetsvillkoren som frilansande mediesäljare berörs i boken, så upptas den i högre grad av en annan typ av arbete, nämligen arbetet med det egna jaget: ”lyckan måste man hitta inom sig själv. Det är ett arbete” (Forni 2016: 11). Om det hos Lindgren görs vissa ansatser att lyfta utbrändhet och psykisk ohälsa till ett samhällsproblem så är det individualiserade lösningar som yoga, mindfulness, terapi och positivt tänkande som förordas av Michaela. Psykisk ohälsa råder man bot på genom att ”kontrollera sin hjärna”, genom att ”äga” sin ångest, genom ”självkontroll” (Forni 2016: 165, 13, 81). Rent konkret innebär detta bland annat att man bör skapa så kallade ”moodboards” för att få överblick över sitt känsloliv och lättare kunna spalta upp sina framtidsdrömmar (Forni 2016: 19).

Vad är det då för typ av ”arbete” Michaela refererar till? En vanlig tendens inom influencerböcker är att se på det egna livet som ett lukrativt investeringsobjekt (Borsgård 2019). Utifrån Michel Foucaults teorier kan detta beskrivas i termer av ”the self as enterprise”, det vill säga ett synsätt där det egna jaget betraktas som ett företag som det är möjligt att administrera och kontrollera (Foucault 1978–1979/2013; Kelly 2016; McNay 2009). Ur det perspektivet ägnar sig Michaela åt olika former av självdisciplinering, som Foucault beskriver som det nyliberala subjektets tekniker för att ”styra sig själv” i enlighet med en internaliserad politisk rationalitet. Även om *Jag är inte perfekt, tyvärr* kan beskrivas som en undergångsskildring om att hinnas i kapp av jakten på framgång, så vänds den i slutändan till en framgångssaga eftersom även flykten från prestationshetsen ironiskt nog görs till en prestation. Om sin själsliga resa säger Michaela att hon ”[s]ka övervinna detta breakdown, den här ångesten, det här livet. Och längs vägen ska jag lära känna mig själv till 100 procent” (Forni 2016: 123). Så sett inbegriper Michaelas självupplevda ansvar att vara ”perfekt på alla sätt” även detta att *inte* vara perfekt (Forni 2016: 14).

Christina Scharff skriver om hur det nyliberala, entreprenöriella subjektet behandlar tävling som någonting som inte bara är riktat mot andra, utan också mot det egna jaget (Scharff 2016). Det entreprenöriella subjektet vänder begär efter förändring till självkritik, snarare än kritik riktad mot den socialpolitiska sfären. Detta innebär bland annat, skriver Scharff, att så kallat positivt tänkande blir ett medel för att hantera de grymmare aspekterna av marknadsekonomi. Men trots att Fornis bok handlar så mycket om att genom positivt tänkande kontrollera sitt mående finns den fysiska kroppen hela tiden närvarande som objekt, som det avvisade som likväl tränger sig på. Det visar sig i partier ur texten där förklaringsmodellerna och språket

kommer till korta. Michaela talar prövande om ”känslor som är omöjliga att beskriva. Något vreds om, något förlorades, tappades bort” (Forni 2016: 114). Vid ett annat tillfälle berättar hon om hur ”[d]et känns som att någon sitter på mitt bröst. Jag vet inte hur jag bättre ska förklara det...” (Forni 2016: 116).

Textpartier som dessa är möjliga att tolka som ett slags kroppens språklösa revansch, som skildringar av en alienation som har att göra med bristen på överensstämmelse mellan subjektets disciplinerande självtekniker och den utsatta, fysiskt verkliga kroppen. Intressant i sammanhanget är att notera valet av organiska metaforer när Michaela skildrar sitt mående. Michaela beskriver sig själv som en ”växt” som inte har blivit vattnad och hennes ångest liknas vid ”en stor jävla val” (Forni 2016: 118, 125). Kroppen tycks med andra ord ha svårt att hänga med på den resa mot självförverkligande som dikterats av intellektet. Martin Hartmann och Alex Honneth skriver i artikeln ”Paradoxes of Capitalism” om hur idén om självförverkligande får konsekvenser som visar sig just i form av ökad depression och andra former av ohälsa (Hartmann & Honneth 2006). Vid ett tillfälle i Forni bok är det som om Michaela är denna förklaring på spåren: ”Jag försöker lugna ner mig men kroppen vill inte lyssna. Hjärtat dunkar hårt. Jag säger åt mig själv att allt kommer att bli bra imorgon, på ett eller annat sätt, men min kropp vet någonting annat. Den vet sanningen” (Forni 2016: 30).

Influencerböcker som arbetarlitteratur?

Är det då möjligt, eller produktivt, att läsa influencerböcker som en samtida form av arbetarlitteratur? Det beror förstås på vad man menar med begreppet. Man kan inleda diskussionen med att sätta texterna i relation till Lars Furulands välkända definition av arbetarlitteratur som litteratur skriven *av, om och för* arbetare (Furuland & Svedjedal 2006: 21–31). Det är en definition som till viss del stämmer in på influencerböcker, som skrivs av influencers, handlar om influencertillvaron och som syftar till att bidra med tips till aspirerande influencers. Yrkesidentiteten utgör kort sagt böckernas gemensamma nämnare. Samtidigt avviker texterna från Furulands definition på så vis att en influencer inte är en arbetare i traditionell mening – det vill säga en arbets säljare eller löntagare – utan en småföretagare och entreprenör. Samtida villkor för lågstatusarbeten synliggörs dock i flera av böckerna genom att de beskriver arbetslivet innan influencertillvaron tog vid. Det kan röra sig om osäkra anställningar som mediasäljare (Lindgren 2016; Forni 2016), om påhugg som

snabbmatpersonal eller om att knacka dörr som försäljare av dammsugare (Redgert 2017; Lundell 2018). Kritiken mot dessa former av arbete är ofta skarp, medan själva influencertillvaron utmålas som ett förvisso krävande, men i slutändan frigörande uppbrott från lönearbetets villkor. Det är just genom att lämna det själsdödande lönearbetet som det unika och egenmäktiga subjektet i dessa böcker tillåts träda fram i sin egen rätt, vilket påminner en del om hur författarvärvet utmålas som en frigörelse från lönearbetet i den kanoniserade arbetarlitteraturen.

Som Magnus Nilsson (2006: 14–23) och Beata Agrell (2017) har visat kan Furulands definition av arbetarlitteratur problematiseras ur flera olika perspektiv. Nilsson lyfter exempel på arbetarförfattare med borgerlig klassbakgrund och ställer därtill frågan om hur man ska klassificera texter av arbetarförfattare som inte primärt handlar om arbete. Agrell påpekar i sin tur att Furulands definition alltid har varit svår att tillämpa fullt ut, i synnerhet sedan många nya lågstatusarbeten tillkommit utöver det typiska industriarbetet. Om man utgår från de perspektiv på arbetarlitteratur och arbetarlitteraritet som har arbetats fram av Nilsson (2006: 25) och Agrell (2017: 35f.) är det emellertid fullt möjligt att närma sig influencerböcker *som* arbetarlitteratur. En läsart som är inriktad på arbetarlitteraritet som en rörlig funktion i texten blir så sett ett alternativ till att söka fastslå arbetarlitteraturens essens. Agrell beskriver arbetarlitteraritet som ”en dynamisk aspekt av vilken text som helst, som till någon del skildrar lönearbetare utan makt och status i ett klassperspektiv” (Agrell 2017: 35), vilket texterna som jag har analyserat som nämnts ger flera exempel på.

För denna text har det också varit angeläget att närmare undersöka vad det är för typ av arbete som huvudpersonerna väljer att ägna sig åt i stället. I syfte att synliggöra olika aspekter av en influencers arbetsvillkor har jag aktualiserat flera begrepp, nämligen *visibility labour* (Abidin 2016), *digital brand labour* (Duffy & Hund 2015), *aesthetic labour* (Brydges & Sjöholm 2019) och ”the self as enterprise” (Foucault 1978–1979/2013; Kelly 2016; McNay 2009). Dessa begrepp betecknar inte sinsemellan exkluderande företeelser, utan är i hög grad överlappande och kännetecknande för yrkesgruppen som sådan. Gemensamt för yrkesgruppen är det genomsläppliga förhållandet mellan arbete och fritid, fokuset på nätverkande och självframställning, otryggheten gällande långsiktig försörjning samt den mer konkreta tidsåtgång som administrationen och uppdateringen av kontot tar i anspråk. Att likheterna mellan det arbete som utförs av olika typer av influencers är större än skillnaderna är någonting som poängteras av Emily Hund, som

argumenterar för att influencers såom *cultural labourers* skulle ha mycket att vinna på att organisera sig kollektivt (Hund 2023).

Kollektiv organisering försvåras dock av en viktig aspekt som också tydligt skiljer influencerböckerna från delar av den kanoniserade arbetarlitteraturen, nämligen att böckerna saknar klassmedvetande. Om man förhåller sig till Nilssons diskussion kring definitioner av arbetarlitteratur kan man konstatera att författarnas klassbakgrund är spretig, att det inte är böcker som receptionsmissigt brukar uppfattas som arbetarlitteratur och att uttryck för solidaritet eller klasslojalitet lyser med sin frånvaro (Nilsson 2006: 14–23). Ideologiskt sett präglas böckerna i stället av en starkt individorienterad, nyliberal mytologi (Scharff 2016). Jaget blir i dessa böcker en form av företag som man har att arbeta med och investera i. Detta företag kräver ingen chef eftersom det entreprenöriella subjektet antas fungera som sin egen. Eller som Louise McNay uttrycker det: ”individual autonomy is not the opposite of or limit to neoliberal governance, but rather lies at the heart of disciplinary control through responsible self-management” (McNay 2009: 56). Även de ”undergångsskildringar” jag har behandlat i denna text tjänar ideologiskt sett ett uppbyggligt syfte då de visar prov på det entreprenöriella subjektets förmåga att gå starkt ur problem som har strukturella och socialpolitiska orsaker (Scharff 2016: 8).

Samtidigt går böckerna i hög grad att läsa som böcker *om* arbete. Lästa som samtida arbetsskildringar ger de en värdefull och av allt att döma rättvisande bild av hur det är att arbeta under osäkra förhållanden och oskäligen villkor. Den undergenre av influencerböcker som jag har valt att kalla för ”undergångsskildringen” tecknar de långsiktiga konsekvenserna av dessa arbetsvillkor genom dess skildringar av kroppslig utsatthet, sjukskrivning och utbrändhet. Men också i den första undergenren jag har tagit upp, ”framgångssagan”, finns partier som i någon mån komplicerar böckernas ideologiska självförståelse. Dessa partier kan vara ganska explicita, som när Mirza i det korta stycket jag har återgivit ovan tecknar ett ”vi” som är den förfördelade parten när det kommer till de sociala mediernas ägarförhållanden och maktfördelning (Bico 2018: 134). De kan också framträda mer indirekt, som i Daniels skärskådande blick på olika klassmarkörer – en blick som inte kan kallas för klassmedveten eller solidarisk, men inte heller för klassblind. På tvärs mot ideologin om jagets egenmakt och unicitet synliggör Redgerts bok också hur obetydlig Daniel är i sig, hur villkorad och beroende av sociala kontakter hans resa mot att bli en influencer har varit, vilket listmande och självupppoffrande arbete som framgången har krävt. Ur det perspektivet

är svaret på den fråga som är titeln till Redgerts bok – *Vem fan är han??* – helt enkelt ”vem som helst”, så länge man är beredd att följa den cyniska framgångsmanual som boken erbjuder.

Källor

- Abidin, Crystal 2016. ”Visibility Labour: Engaging with Influencers’ fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram”. I *Media International Australia*, 161 (1): 1–15.
- Adorno, Theodor & Max Horkheimer 1944/2012. *Upplysningens dialektik*. Översättning: Lars Bjurman & Carl-Henning Wijkmark. Göteborg: Daidalos.
- Agrell, Beata 2017. ”Arbetarlitteratur och arbetarlitteraritet. Metoddiskussion med tillämpningar”. I Hamm, Christine, Ingrid Nestås Mathisen & Anemari Neple (red.), *Hva er arbeiderlitteratur? Begrepsbruk, kartlegging og forskningstradisjon*. Bergen: Alvheim & Eide Akademisk Forlag: 33–52.
- Berntsson, Nellie 2016. *Jag är Nellie*. Stockholm: Bonnier Carlsen.
- Bico, Mirza 2018. *Hej, jag heter Mirza och jag är influencer (men du kanske känner mig som @ellentvshow)*. Stockholm: Pug Förlag.
- Borsgård, Gustav 2019. ”Prekariatets arbetarlitteratur?”. www.aftonbladet.se/kultur/a/rAbwRl/prekariatets-arbetarlitteratur (hämtad 14.04.2023).
- Brydges, Taylor & Jenny Sjöholm 2019. ”Becoming a personal style blogger: Changing configurations and spatialities of aesthetic labour in the fashion industry”. I *International Journal of Cultural Studies*, 22 (1): 119–139.
- Bäckman, Madeleine 2020. ”Drömmer du om att bli influencer? Här är nackdelarna”. www.svt.se/nyheter/inrikes/drommer-du-om-att-bli-influencer-har-ar-nackdelarna (hämtad 14.04.2023).
- Dietz, Margaux 2019. *Your best life*. Stockholm: Bookmark.
- Dmitrow-Devold, Karolina 2017. ”Performing the Self in the Mainstream. Norwegian girls in blogging”. I *Nordicom Review*, 38 (2): 65–78.
- Duffy, Erin & Emily Hund 2015. ”’Having it all’ on Social Media: Entrepreneurial Femininity and Self-Branding Among Fashion Bloggers”. I *Social Media + Society*, 1 (2): 1–11.
- Forni, Michaela 2016. *Jag är inte perfekt, tyvärr. Om ångest, oro och konsten att vara snäll mot sig själv*. Stockholm: Lava.

- Foucault, Michel 2013. *Biopolitikens födelse. Collège de France 1978–1979*. Översättning: Sven-Olov Wallenstein & Gunnar Holmbäck. Hägersten: Tankekraft.
- Furuland, Lars & Johan Svedjedal 2006. *Svensk arbetarlitteratur*. Stockholm: Atlas.
- Hallström, Mikael 2021. *Förbjuden kärlek*. Enskede: Bazar.
- Hartmann, Martin & Axel Honneth 2006. "Paradoxes of Capitalism". I *Constellations*, 13 (1): 41–58.
- Hund, Emily 2023. *The Influencer Industry. The Quest for Authenticity on Social Media*. New Jersey: Princeton University Press.
- Kalmteg, Lina & Alexandra Hernadi 2007. "Schulman fick nog av sin egen blogg". www.svd.se/a/7b486525-5e12-3069-bec8-f3f381e2b5de/schulman-fick-nog-av-sin-egen-blogg (hämtad 14.04.2023).
- Karlsson, Misslisibell 2018. *Ni vann aldrig. Så tog jag mig levande genom högstadiet*. Stockholm: Forum.
- Kelly, Peter 2016. *The Self as Enterprise. Foucault and the Spirit of 21st Century Capitalism*. London; New York: Routledge.
- Lindgren, Therése 2016. *Ibland mår jag inte så bra*. Stockholm: Forum.
- Lundell, Jonna 2018. *PMS-kossan*. Stockholm: Lind & Co.
- Lundell, Joakim 2017. *Monster*. Stockholm: Forum.
- Löwengrip, Isabella 2017. *#Aktiedrottning. Den enkla vägen till att få pengarna att växa (medan du sover)*. Stockholm: Forum.
- McNay, Louise 2009. "Self as Enterprise. Dilemmas of Control and Resistance in Foucault's *The Birth of Biopolitics*". I *Theory, Culture & Society*, 26 (6): 55–77.
- Nilsson, Alexandra 2016. *Hatad och älskad*. Stockholm: Calidris.
- Nilsson, Magnus 2006. *Arbetarlitteratur*. Lund: Studentlitteratur.
- Petersson McIntyre, Magdalena 2019. "Ageing femininity: digital Mrs. Consumer in Intra-Action". I *Journal of Cultural Economy*, 13 (1): 54–72.
- Redgert, Daniel 2017. *Vem fan är han??* Västra Frölunda: Tukan förlag.
- Scharff, Christina 2016. "The Psychic Life of Neoliberalism: Mapping the Contours of Entrepreneurial Subjectivity". I *Theory, Culture & Society*, 33 (6): 1–16.
- Törner, Amanda 2018. "Undersökning: Svenska ungdomar drömmer om att bli influencers". www.dagensmedia.se/medier/undersokning-svenska-ungdomar-drommer-om-att-bli-influencers-6921631 (hämtad 14.04.2023).
- Warg, Ida 2019. *Min egen väg*. Stockholm: Bonnier Audio.